

## Kommunikationsrichtlinien Mobile Dienste

### Präambel

- 1 **Anforderungen an Kommunikations- und Werbemaßnahmen**
- 2 **Anforderungen an die Bestellwege (Web- oder WAP-basierte Dienste)**
- 3 **Anforderungen an die Bestellwege (sprachbasierte Dienste)**
- 4 **Besondere Richtlinien für Chat-Dienste**
- 5 **Allgemeine Richtlinien für Subskriptionsdienste (Abos)**
- 6 **Besondere Richtlinien für SMS/MMS-basierte Subskriptionsdienste**
- 7 **Besondere Richtlinien für Web/WAP-basierte Subskriptionsdienste**
- 8 **Besondere Richtlinien für sprachbasierte Subskriptionsdienste**
- 9 **Kostenkontrolle (Bill Warnings)**
- 10 **Besondere Regelungen zu unverlangt zugesandten SMS/MMS**

### Präambel

Ziel des Angebotes der Netzbetreiber und Service Provider ist die Zurverfügungstellung eines Micropayment-Systems über die Mobilfunkrechnung für hochwertige Services, das gleichzeitig den Diensteanbieter an dem wirtschaftlichen Erfolg der Dienste beteiligen soll.

Um das Angebot langfristig auf einem hohen Qualitätsniveau zu halten, haben die Netzbetreiber und Service Provider Anforderungen an die Kommunikation und Leistungen solcher Dienste gesetzt. Diese Richtlinien sollen Missbrauch verhindern und dem Schutz der Endverbraucher dienen.

Als Partner der Netzbetreiber, Service Provider sowie deren Partnerunternehmen sind wir, die Firma CORAZON, dazu verpflichtet, diese Anforderungen selbst zu befolgen, und auch von unseren Kunden die Einhaltung dieser Anforderungen zu fordern. Zu diesem Zweck haben wir alle diesbezüglich relevanten Vorschriften in den folgenden Kommunikationsrichtlinien zusammengefasst.

### 1 **Anforderungen an Kommunikations- und Werbemaßnahmen**

- 1.1 Der Diensteanbieter stellt sicher, dass in seiner Kommunikation und in der Kommunikation seiner Partner vor der jeweiligen Nutzung seiner Dienste folgende Informationen gut lesbar bzw. akustisch oder bildlich deutlich wahrnehmbar enthalten sind:
  - 1.1.1. der **Gesamtendkundenpreis** der Dienstleistung bzw. des Produktes gemäß der Preisangabenverordnung (PAngV). Sollten zur Inanspruchnahme einer Leistung des Diensteanbieters mehrere Bezahlvorgänge notwendig sein, verpflichtet sich der Diensteanbieter, nicht nur den Einzelpreis (z. B. pro SMS) zu nennen, sondern auch den Gesamtpreis, um die angebotene Leistung in Anspruch nehmen zu können;
  - 1.1.2. die Eigenschaften der Einzelabrechnung (Inhalt, Anbieterkennung) bzw. bei Abo-Diensten die in 3.2 genannten Abo-Eigenschaften.;
  - 1.1.3. gegebenenfalls ein Hinweis auf anfallende Transportkosten (z.B. SMS/WAP/GPRS-Kosten);
  - 1.1.4. bei Gewinnspielen ein ausdrücklicher Hinweis auf alternative Teilnahmemöglichkeiten zum Beantworten der jeweiligen Gewinnspielfrage.
- 1.2 Bei der Darstellung und Bewerbung in Medien einschließlich Kurzmitteilungen sind die folgenden Richtlinien einzuhalten:

- 1.2.1. Die Tarifangaben sind in **Printmedien**, im **Internet** und bei Online-Diensten gut lesbar in horizontaler Schriftrichtung in einer Mindestschriftgröße von 10 Punkt in unmittelbarem räumlichem Zusammenhang mit der Kurzwahlnummer anzugeben. Bei Plakatwerbung und sonstiger großflächiger Kommunikation erhöht sich die Mindestschriftgröße entsprechend.
- Beispiel: **Sende Kennwort „Gewinn“ an 83111 (0,49 €/SMS)**
- 1.2.2. In **Fernsehsendungen** müssen die Tarifangaben gut lesbar und während der gesamten Dauer der Einblendung der Kurzwahl dargestellt sein. Die Tarifangabe hat in horizontaler Schriftrichtung in unmittelbarem Zusammenhang mit der kommunizierten Kurzwahl zu erfolgen. In Deutschland beträgt die Auflösung der Fernsehbilder 768 x 576 Bildpunkte. Bei den Tarifangaben ist ein Seitenabstand von jeweils mindestens 50 Bildpunkten sowie am oberen und unteren Rand ein Abstand von jeweils mindestens 50 Bildpunkten einzuhalten. Die Mindestschriftgröße beträgt 30 Bildpunkte. Es ist eine groteske (serifenfreie) Schrift mit einem von der Schriftfarbe deutlich abgehobenen Schatten zu verwenden.
- 1.2.3. Im **Teletext** müssen die Tarifangaben gut lesbar in horizontaler Schriftrichtung in einer Mindestschriftgröße von 30 Bildpunkten in unmittelbarem räumlichem Zusammenhang mit der Kurzwahl auf derselben Videotextseite dargestellt sein.
- 1.2.4. In **Rundfunksendungen** müssen die Tarifangaben gut hörbar sein. Bei allen akustischen Werbemaßnahmen hat die Tarifangabe unmittelbar vor oder unmittelbar nach der beworbenen Kurzwahl zu erfolgen.
- 1.2.5. Bei **SMS-Texten** hat die Preisangabe im laufenden Text zu erfolgen, so dass die Preisangabe vom Empfänger nicht aufgrund eines Zeilenumbruchs am Ende des SMS-Textes vor der Nennung des Betrages oder ähnlichen redaktionellen Maßnahmen übersehen werden kann.
- 1.2.6. Der Diensteanbieter verpflichtet sich, keine Nachricht (z. B. SMS oder MMS) an Mobilfunkkunden zu versenden, ohne dass der Preis für eine Antwort des Mobilfunkkunden im Text deutlich sichtbar genannt wird. Auf die ausdrückliche Nennung des Preises für eine Antwort im Text einer SMS oder MMS kann ausnahmsweise dann verzichtet werden, wenn der Diensteanbieter unmittelbar auf eine Anfrage des Mobilfunkkunden seine Rück-SMS oder -MMS an denselben Mobilfunkkunden versendet (z. B. SMS-Chat - hier ist ein permanenter Dialog erforderlich und eine Preisinformation wird nur zu Beginn des Chats abgegeben).
- 1.3 Die folgenden Währungssymbole bzw. -kennzeichnungen sind für die Tarifangaben in allen vorgenannten Medien zu verwenden:
- „€“ als Zeichen,
  - „EUR“ als Abkürzung oder
  - „Euro“ als Wort.
- Die Preise sind mit zwei Stellen hinter dem Komma auszuweisen, z. B. 1,99 EUR. Für den Bezug des Preises auf eine SMS oder MMS ist das Symbol „/“ oder die Wortgruppe „pro SMS“ bzw. „pro MMS“ zu verwenden. Der Diensteanbieter verpflichtet sich, die Tarifangabe immer vollständig, d. h. bestehend aus dem Preis, der Währung sowie der Bezugsgröße anzugeben (z. B. 1,99 EUR pro SMS).
- 1.4 Der Diensteanbieter hat sicherzustellen, dass sich die Schriftfarbe bei allen Tarifangaben in allen Werbemitteln jeweils deutlich vom Hintergrund unterscheidet.
- 1.5 Der Diensteanbieter verpflichtet sich gegenüber dem Nutzer in geeigneter Form seinen allgemeinen Informationspflichten im Rahmen der Anbieterkennzeichnung gem. § 6 Teledienstegesetz nachzukommen. Die Anbieterkennzeichnung darf nicht nur durch Inanspruchnahme von PremiumSMS oder PremiumRate-Rufnummern abrufbar sein.
- 1.6 Sollte(n) im Rahmen eines Dienstes, der durch den Diensteanbieter realisiert wird, eine oder mehrere SMS bzw. MMS an den Mobilfunkkunden zurück geschickt werden, ist (sind) diese beim Mobilfunkkunden eingehende(n) SMS bzw. MMS durch den Diensteanbieter mit der entsprechenden Kurzwahl des Dienstes als Absender zu versehen oder einem alphanumerischen Absender, der klar den Namen des Diensteanbieters darstellt.

- 1.7 Der Anbieter verpflichtet sich, Premium SMS Kurzwahlnummern nicht im Zusammenhang mit Rufnummern aus der Rufnummernengasse 0900 zu bewerben.
- 1.8 Der Diensteanbieter wird in seinem Leistungsangebot gegenüber Endkunden deutlich darauf hinweisen, dass ein Vertrag über die Erbringung der Leistung ausschließlich mit dem Inhaltenanbieter zustande kommt.
- 1.9 Bei der Bewerbung von Diensten für **T-Mobile-Kunden** sind zusätzliche folgende Richtlinien zu beachten:
- 1.9.1. Dem Diensteanbieter oder einem seiner Kooperationspartner ist es untersagt, in seiner Kommunikation oder bei der Abwicklung seines Dienstes T-Mobile, die Deutsche Telekom AG oder ein Unternehmen im Konzernverbund der Deutschen Telekom AG mit einem ihrer eingetragenen Markenzeichen oder mit ihrem jeweiligen Logo zu nennen oder darzustellen, es sei denn, T-Mobile erteilt dem Diensteanbieter im Einzelfall hierzu ihre schriftliche Einwilligung.
- 1.9.2. Bei SMS-basierten Diensten, die im Rahmen des Geschäftsmodells Factoring (z. B. Abo-Dienste) erbracht werden, wird der Diensteanbieter in seiner Werbung und in sonstigen Kommunikationsmaßnahmen den Gesamtendkundenpreis (brutto) nennen und dabei zwischen dem Transportanteil (Dienstleistung von T-Mobile) und dem Mehrwertdiensteanbieter (Dienstleistung des Content-Providers) unterscheiden. Hierbei wird er die konkreten Beträge darstellen und nennen, aus denen sich der Gesamtendkundenpreis zusammensetzt. Der Transportanteil der T-Mobile beträgt 0,12 € je SMS-MO.
- Beispiel: **Sende Kennwort „Chat“ an 81188 (1,99 €/SMS\*)**  
\*zzgl. T-Mobile Transportleistung
- 1.9.3. Bei MMS, CSD und GPRS basierten Diensten gelten o. g. Vorgaben analog. Auf eine konkrete Angabe des T-Mobile Transportpreises kann aber aufgrund der unterschiedlichen Preishöhen in Abhängigkeit von Volumen und Verbindungsdauer verzichtet werden. Der Diensteanbieter wird somit den für die Inanspruchnahme der Mehrwertdienste anfallenden Preis mit dem Hinweis „zzgl. T-Mobile Transportleistung“ versehen.
- 1.10 Bei der Bewerbung von Diensten für **Vodafone-Kunden** sind zusätzliche folgende Richtlinien zu beachten:
- 1.10.1. Der Diensteanbieter verpflichtet sich, in geeigneten Kommunikationsmedien, in der ein Vodafone Premium SMS-Dienst erwähnt wird, die Zusammensetzung des Gesamtendkundenpreises pro SMS für Nutzer der Vodafone-Kurzmitteilungszentralen offenzulegen, d. h. die beiden Komponenten („**0,12 Euro/SMS VD2-Leistung**“ und „**Zusatz-Entgelt des Anbieters**“) unter Nennung der konkreten Beträge darzustellen, aus denen sich der Preis zusammensetzt, wobei der Vodafone-Anteil immer nach dem Gesamtpreis für die SMS anzugeben ist. Als geeignete Medien für eine solche Aufschlüsselung werden insbesondere die folgenden angesehen: Printmedien (z. B. Zeitungsanzeigen, Flyer, Preislisten usw.), Faxabruf-Texte, WAP, Internet, Teletext und Call-Center-Auskünfte. Eine Verpflichtung zur Aufschlüsselung des Preises in SMS, Radio und TV sowie bei Abo-Diensten besteht nicht. Für Dienste, die über Vodafone Mobiles Bezahlen eingerichtet sind, entfällt diese Auszeichnung. Die beiden Einzelkomponenten des Gesamtendkundenpreises können in den oben genannten geeigneten Medien bis zu 30% kleiner dargestellt werden als die Tarifangaben gemäß Ziffer 1.
- Beispiel: **Sende Kennwort „Gewinn“ an 83111 (0,49 €/SMS\*)**  
\*VD2-Kunden: 0,12€ VD2-Leistung + 0,37€ Zusatzentgelt des Anbieters
- 1.10.2. Der Anbieter stellt sicher, dass Vodafone-Kurzwahlnummern nicht in unmittelbarem räumlichem Zusammenhang mit einer Wort- oder Bildmarke oder einem Logo eines anderen Telekommunikationsanbieters als Vodafone genannt, abgedruckt oder eingeblendet wird. Zulässig ist ein räumlicher Zusammenhang der Kurzwahlnummer mit anderen Marken oder Logos nur dann, wenn die Zugangsnummer(n) für die Erreichbarkeit des Dienstes aus verschiedenen Netzen genannt wird (werden), wobei keines der Logos bzw. keine der Marken dabei optisch hervorgehoben erscheinen darf.

- 1.10.3. Bei der Nutzung von „Vodafone Mobiles Bezahlen“ stellt der Anbieter sicher, sich an die Designvorgaben von Vodafone zu halten.

## **2 Anforderungen an die Bestellwege (Web- oder WAP-basierte Dienste)**

- 2.1 Mobilfunkkunden können Dienste des Diensteanbieters im Web (Internet) durch den nachfolgend im Einzelnen beschriebenen Autorisierungs- und Bestellmechanismus beauftragen:
- 2.1.1. Eingabe der MSISDN durch den jeweiligen Mobilfunkkunden in einem dafür vorgesehenen Legitimationsfeld auf der Web-Seite des Diensteanbieters. Die Sicherheit der Daten ist während des gesamten Bestell- und Autorisierungsprozesses durch eine gesicherte Übertragung (SSL, IPSec) an der Schnittstelle des Diensteanbieters zum Mobilfunkkunden zu gewährleisten.
- 2.1.2. Der Diensteanbieter erstellt eine PIN (8-stellig, alphanumerisch, case sensitive) und sendet diese an den Mobilfunkkunden per SMS-MT.
- 2.1.3. Der Mobilfunkkunde bestätigt die Bestellung durch Eingabe der PIN auf der Web-Seite des Diensteanbieters.
- 2.1.4. Der Diensteanbieter vergleicht die vom Mobilfunkkunden per Web übertragene PIN mit der an den jeweiligen Mobilfunkkunden zuvor versandten PIN. Im Falle einer kompletten Übereinstimmung der PIN wird dem Mobilfunkkunden der Zugang zum geschützten Web-Bereich geöffnet bzw. der Dienst ausgeliefert.
- 2.1.5. Die Gültigkeit der PIN wird auf max. 30 Minuten begrenzt und es ist eine maximal dreimalige Falscheingabe zulässig. Eine erneute Falscheingabe führt zur Beendigung des Bestellvorgangs.
- 2.2 Im Zuge der MSISDN Eingabe durch den Mobilfunkkunden diesem zusätzlich folgende Daten zu kommunizieren:
- Inhalt des Dienstes
  - Preis in direktem Zusammenhang mit der Auslösung des Bezahlvorgangs (Bezahlbutton)
  - Customer Care Kontakt des Inhaltenbieters
- 2.3 Im Falle einer WAP-basierten Bestellung kann auf eine Autorisierung und Authentifizierung gemäß oben beschriebenen Verfahren verzichtet werden, sofern die MSISDN des Endkunden bereits durch den Mobilfunkbetreiber übermittelt wird.

## **3 Anforderungen an die Bestellwege (sprachbasierte Dienste)**

- 3.1 Die Bestellung von Mehrwertdiensten kann alternativ auch über Spracheingabe erfolgen. Die Auslieferung des Mehrwertdienstes kann dabei über SMS, MMS, WAP, Web oder Sprache erfolgen.
- 3.2 Die Verwendung von Dialern zum Aufbau einer Sprachverbindung ist nicht gestattet. Weiterhin ist eine Nutzung der Sprach-Kurzwahl für Videotelefonie-Angebote nicht zulässig.
- 3.3 Der Anbieter darf die Sprachverbindung nicht als reine Bezahl- oder Bestellfunktion verwenden, sondern muss einen tatsächlichen Mehrwert für den Kunden anbieten.
- 3.4 Der Anbieter stellt sicher, dass Kunden vor der jeweiligen Nutzung der Mehrwertdienste ausdrücklich über den Preis (inkl. Taktung) informiert werden. Dies stellt der Anbieter zum einen durch die Preiskommunikation nach Maßgabe der Regelungen in Ziffer 1, zum anderen durch die Schaltung einer jeweils aktuellen Preisansage direkt zu Beginn der Verbindung zur Sprach-Kurzwahl sicher.

- 3.5 Folgende Informationen müssen dem Kunden vor einer Bestellung im Sprachportal angesagt werden:
- Anbieterkennzeichnung
  - Inhalt/Beschreibung des Mehrwertdienstes
  - Preisansage für den Mehrwertdienst
- 3.6 Für Klingeltöne, Musik-Downloads und sprachbasierte Mehrwertdienste muss ein kostenfreies Prelistening (Vorhören vor Kauf) ermöglicht werden.
- 3.7 Der Mobilfunkkunde muss der Bestellung des Mehrwertdienstes durch Nachsprechen eines vorher genannten Keywords oder der Eingabe einer Ziffer per DTMF zustimmen. Falsche oder unvollständige Keywords oder Ziffern dürfen nicht zur Abrechnung herangezogen werden, und müssen mit einer für die Mobilfunkkunden kostenlosen Hilfe-Information beantwortet werden.
- 3.8 Der Anbieter verpflichtet sich, eine Verbindung zu einer Sprach-Kurzwahl nach Dauer von ununterbrochen 60 Minuten automatisch zu trennen.

#### **4 Besondere Richtlinien für Chat-Dienste**

- 4.1 Der Anbieter von Chat-Diensten verpflichtet sich, spätestens nach Eingang der ersten SMS/MMS-Nachricht des Kunden eine sog. „Welcome-SMS“ bzw. „Welcome-MMS“ zu verschicken, die folgenden Inhalt haben muss:
- Names des Dienstanbieters
  - Leistungsbeschreibung
  - Preis je SMS/MMS MO des Mobilfunkkunden
- 4.2 Die Diensterbringung gegenüber dem Endkunden darf nur nach erfolgreicher Terminierung der „Welcome-SMS/MMS“ beim Mobilfunkkunden beginnen.
- 4.3 Der Inhalteanbieter ist verpflichtet, nach einer Inaktivität des Chats von mehr als 7 Tage dann dem Mobilfunkkunden erneut eine „Welcome SMS/MMS“ zuzusenden, wenn dieser den Chat erneut in Anspruch nimmt.

#### **5. Allgemeine Richtlinien für Subskriptionsdienste (Abos)**

- 5.1 Abos sind dadurch gekennzeichnet, dass der Mobilfunkkunde mit dem initialen Kauf einer Leistung weiteren Folgeleistungen zustimmt, ohne bei Erbringung der Folgeleistung der Abrechnung erneut aktiv zuzustimmen. Die Einzelbeträge der abzurechnenden Folgezahlungen sind auf den Betrag der initialen Zahlung festgelegt. Folgeleistungen können periodisch erfolgen (z. B. täglicher Wetterbericht, wöchentliche Nutzungsgebühr für E-Mail-Account).
- 5.2 Der Diensteanbieter hat durch geeignete Kommunikation sicherzustellen, dass sich der Mobilfunkkunde über Wesen und Eigenschaften des Abos im Klaren ist. Dies betrifft insbesondere Inhalt, Preis (Einzel- und Gesamtpreis), Häufigkeit und Dauer der Leistung sowie deren Kündigungsmöglichkeit (im Folgenden als „Abo-Eigenschaften“ zusammengefasst). Der Begriff „Abo“ ist deutlich zu kommunizieren.
- 5.3 Bei einem Abonnement wird dem Mobilfunkkunden nach der Anfrage der Leistung regelmäßig, jedoch nicht mehr als maximal zehn (10) Mal pro Tag und sechzig (60) Mal pro Monat, die beauftragte Leistung ausgeliefert.
- 5.4 Eine zeitliche Taktung unter oder gleich einem Tag (z.B. 0,49 Euro/Minute, 1,99 Euro/Stunde, 4,99 Euro/Tag) ist bei der Abrechnung von Dauerschuldverhältnissen ausgeschlossen.
- 5.5 Sollte eine Abrechnung der Dienste mit dem Endkunden fehlschlagen, so sind maximal 2 weitere Abrechnungsversuche des Diensteanbieters zulässig. Nach wiederholt fehlgeschlagenen Abrechnungsversuchen bei Abo-Diensten ist das jeweilige Abo vom Diensteanbieter zu löschen, und dies dem Kunden per kostenloser SMS-MT zu kommunizieren.

## **6 Besondere Richtlinien für SMS/MMS-basierte Subskriptionsdienste**

- 6.1 Mobilfunkkunden können Abos per SMS durch nachfolgenden Dialog beauftragen:
- 6.1.1. Der Diensteanbieter kommuniziert eine für den Mobilfunkkunden tarifabhängig bepreiste Kurzwahl und ein Keyword als SMS-Text. Der Mobilfunkkunde versendet eine SMS-MO an die vom Diensteanbieter kommunizierte Kurzwahlnummer.
  - 6.1.2. Anschließend erhält der Mobilfunkkunde vom Diensteanbieter eine oder mehrere kostenlose SMS-MT mit der jeweiligen Dienstbeschreibung. Die Dienstbeschreibung muss mindestens folgende Bestandteile beinhalten und in geeigneter Weise für den Kunden transparent darstellen:
    - Angaben zum jeweiligen Anbieter.
    - Vom Mobilfunkkunden zu zahlender Preis je Folgeleistung (einschließlich Steuern und Abgaben).
    - Maximale Anzahl der Folgeleistungen in einem konkret benannten Bezugszeitraum (Häufigkeit) sowie eine detaillierte Beschreibung, wie der Mobilfunkkunde den Dienst beenden kann. Ein Hinweis auf die Kündigungsmöglichkeit kann mit der Rück-SMS, muss aber spätestens nach Eingang der Bestätigungs-SMS beim Inthalteanbieter in einer weiteren SMS erfolgen.
  - 6.1.3. Durch das Versenden einer tarifabhängig bepreisten Bestätigungs-SMS-MO beauftragt der Mobilfunkkunde für ihn verbindlich das jeweilige Abo. Die Abos können dabei nur durch den Befehl „START Keyword“ in Verbindung mit einem vom Diensteanbieter zuvor festgelegten Keyword beauftragt werden.
  - 6.1.4. Ist beim Diensteanbieter die Rückmeldung vom jeweiligen Netzbetreiber eingetroffen, sendet der Diensteanbieter seinerseits eine weitere für den Mobilfunkkunden kostenfreie Bestätigungs-SMS an den Mobilfunkkunden. Wurde die Zahlung vom Netzbetreiber erfolgreich autorisiert, informiert der Diensteanbieter den Mobilfunkkunden über die Abo-Eigenschaften. Wurde die Zahlung nicht erfolgreich autorisiert, informiert der Diensteanbieter den Mobilfunkkunden kostenlos über den Grund der fehlgeschlagenen Transaktion.
  - 6.1.5. Nach Abschluss dieses Prozesses kann der Diensteanbieter mit dem Versand der Abbuchung der Folgezahlungen gemäß den dem Kunden kommunizierten Abo-Eigenschaften beginnen. Der Empfang der SMS darf für den Mobilfunkkunden mit keinen zusätzlichen als den autorisierten Kosten verbunden sein.
  - 6.1.6. Die Abbestellung des Dienstes muss mindestens über die gleiche Kurzwahlnummer erfolgen können. Hierfür ist die Syntax „STOP Keyword“ vorzusehen.
  - 6.1.7. Der Mobilfunkkunde kann das Abonnement jederzeit kündigen. Die Kündigung wird bei eventbasierten Abonnements sofort und bei Budgetabonnements zum Ende des mit dem Inthalteanbieter vereinbarten Abrechnungszeitraums wirksam.
- 6.2 Bei einer nicht eindeutig erkannten Keyword-SMS ist eine für den Mobilfunkkunden kostenfreie Fehlerinformation mit den grundsätzlichen Funktionalitäten an den Mobilfunkkunden zu senden. Folgende grundsätzliche Funktionalitäten sind vorzusehen:
- „START Keyword“ — startet einen Subskriptionsdienst
  - „STOP Keyword“ — beendet einen Subskriptionsdienst
  - „STOP alle“ — beendet alle Subskriptionsdienste auf der Kurzwahl
  - „STATUS“ — liefert eine Liste der aktiven Subskriptionen auf der Kurzwahl
  - „INFO“ — Inländische Anschrift (Name, Adresse, Hotlinenummer) des Inthalteanbieters oder des Mediators.

- 6.3 Erfolgt zwar die Zahlungsautorisierung per SMS, nicht aber die Buchung (z. B. Buchung per E-Mail oder Anruf), so muss der Diensteanbieter per SMS (analog Abs. 2) oder über den gleichen Kanal, über den die Buchung erfolgte, den Mobilfunkkunden über Laufzeit, Häufigkeit und Preis (Einzel- und Gesamtpreis) sowie über die Vorgehensweise zur Abbestellung des Abos informieren, sowie letztere über die gesamte Laufzeit des Abos zu den maximal gleichen Kosten wie die Buchung bereitstellen.

## **7 Besondere Richtlinien für Web/WAP-basierte Subskriptionsdienste**

- 7.1 Die Abo-Eigenschaften (siehe 5) sind vom Diensteanbieter im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Zahlungsvorgang zu kommunizieren.
- 7.2 Der Diensteanbieter hält mindestens im selben Kanal, über den die Buchung erfolgte, eine (abgesehen von den Trägerkosten) für den Endkunden kostenlose Abbestellungsmöglichkeit über die gesamte Laufzeit des Abos vor.
- 7.3 Der Diensteanbieter bietet dem Kunden eine Möglichkeit, eine Liste seiner Abos sowie den jeweiligen Status der Abos abzurufen. Diese Option ist dem Kunden eindeutig zu kommunizieren.

## **8 Besondere Richtlinien für sprachbasierte Subskriptionsdienste**

- 8.1 Mobilfunkkunden können sprachbasierte Abos durch nachfolgenden Dialog beauftragen:
- 8.1.1. Der Mobilfunkkunde baut eine Sprachverbindung auf und wählt per Sprache oder DTMF einen angebotenen Subskriptionsdienst aus.
- 8.1.2. Anschließend erhält der Mobilfunkkunde vom Diensteanbieter eine oder mehrere kostenlose SMS-MT mit der jeweiligen Dienstbeschreibung. Die Dienstbeschreibung muss mindestens folgende Bestandteile beinhalten und in geeigneter Weise für den Kunden transparent darstellen:
- Vom Mobilfunkkunden zu zahlender Brutto-Preis je Zusendung einer SMS,
  - maximale Anzahl der SMS-MT in einem konkret benannten Bezugszeitraum (Häufigkeit),
  - detaillierte Beschreibung, wie der Mobilfunkkunde den Dienst beenden kann.
- 8.1.3. Durch das Versenden einer tarifabhängig bepreisten Bestätigungs-SMS-MO beauftragt der Mobilfunkkunde für ihn verbindlich das jeweilige Abo. Die Abos können dabei nur durch den Befehl „START Keyword“ in Verbindung mit einem vom Diensteanbieter zuvor festgelegten Keyword beauftragt werden.
- 8.1.4. Ist beim Diensteanbieter die Rückmeldung vom jeweiligen Netzbetreiber eingetroffen, sendet der Diensteanbieter seinerseits eine weitere für den Mobilfunkkunden kostenfreie Bestätigungs-SMS an den Mobilfunkkunden. Wurde die Zahlung vom Netzbetreiber erfolgreich autorisiert, informiert der Diensteanbieter den Mobilfunkkunden über die Abo-Eigenschaften. Wurde die Zahlung nicht erfolgreich autorisiert, informiert der Diensteanbieter den Mobilfunkkunden über den Grund der fehlgeschlagenen Transaktion.
- 8.1.5. Nach Abschluss dieses Prozesses kann der Diensteanbieter mit dem Versand der Abbuchung der Folgezahlungen gemäß den kommunizierten Abo-Eigenschaften beginnen. Der Empfang der SMS darf für den Mobilfunkkunden mit keinen zusätzlichen als den autorisierten Kosten verbunden sein.
- 8.1.6. Die Abbestellung des Dienstes muss über die gleiche Kurzwahlnummer erfolgen können. Hierfür ist die Syntax „STOP Keyword“ vorzusehen.

- 8.2 Bei einer nicht eindeutig erkannten Keyword-SMS ist eine für den Mobilfunkkunden kostenfreie Fehlerinformation mit den grundsätzlichen Funktionalitäten an den Mobilfunkkunden zu senden. Folgende grundsätzliche Funktionalitäten sind vorzusehen:
- „START Keyword“ — startet einen Subskriptionsdienst
  - „STOP Keyword“ — beendet einen Subskriptionsdienst
  - „STOP alle“ — beendet alle Subskriptionsdienste auf der Kurzwahl
  - „STATUS“ — liefert eine Liste der aktiven Subskriptionen auf der Kurzwahl
  - „INFO“ — Inländische Anschrift (Name, Adresse, Hotlinennummer) des Inhalteanbieters oder des Mediators.

## **9 Kostenkontrolle (Bill Warnings)**

- 9.1 Bei Einzel- oder Chat-Diensten verpflichtet sich der Diensteanbieter jedem Kunden bei Erreichung dem ersten und jeden weiteren 50 Euro Umsatz pro Kurzwahlnummer in einem Kalender-Monat einen für den Endkunden kostenfreien Entgelthinweis (Bill Warning) über das Erreichen dieser Schwelle per SMS zukommen zu lassen. In diesem Entgelthinweis ist der Kunde über den in dem jeweiligen Kalendermonat insgesamt aufgelaufenen Umsatz in Kenntnis zu setzen.
- 9.2 Bei Subskriptionsdiensten (Abos) wird der Mobilfunkkunde in Stufen von jeweils 20 Euro unter Angabe des aktuell verbrauchten Betrages durch eine für ihn kostenlose „Bill Warning“ SMS-MT des Diensteanbieters informiert, dass durch die Inanspruchnahme der beauftragten Subskriptionsdienste Entgelte in entsprechender Höhe erreicht wurden. Bestandteil der Bill-Warning SMS muss auch ein Hinweis auf die Möglichkeit der Beendigung (und die Beendigungslogik) für den Mehrwertdienst sein.
- 9.3 Die oben genannten Richtlinien gelten gleichermaßen für die Bestellkanäle SMS, Web, WAP und Voice.

## **10 Besondere Regelungen zu unverlangt zugesandten SMS/MMS**

- 10.1 Die Inhalteanbieter und Mediatoren verpflichten sich, Endkunden keine unverlangte SMS/MMS (z.B. SMS-Spam) zuzusenden. Werbung unter Verwendung elektronischer Post (z.B. SMS oder MMS) ohne vorherige Einwilligung der Adressaten ist eine unzumutbare Belästigung und somit grundsätzlich unzulässig (vgl. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG). Ausnahmsweise ist Werbung mittels elektronischer Post davon abweichend keine unzumutbare Belästigung, wenn die Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG gegeben sind („opt-out“-Lösung). Hat danach der Unternehmer die Mobilfunknummer durch eine Bestellung erhalten und der Kunde der Verwendung nicht widersprochen, so kann er dem Kunden eine Werbe-SMS/MMS für ähnliche Waren oder Dienstleistungen zuschicken. Voraussetzung ist allerdings, dass der Kunde bei der Erhebung seiner Kontaktdaten und in jeder Werbe-SMS darauf hingewiesen wird, dass der Empfänger dieser Art der Werbung widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.